

Toyota Motor Europe est en bonne voie pour atteindre la neutralité carbone d'ici 2040

- **Toyota Motor Europe (TME) présente sa feuille de route pour atteindre la neutralité carbone totale d'ici 2040**
- **Les nouveaux concepts électriques à batterie et hybrides rechargeables qui ont été dévoilés annoncent une extension des gammes Toyota et Lexus**
- **Toyota va débiter en Europe l'assemblage de batteries destinées à son nouveau véhicule hybride rechargeable C-HR**
- **Woven Planet a présenté l'approche « Software First » de Toyota visant à accélérer le développement de véhicules électrifiés, et a levé un peu plus le voile sur Woven City, la « ville du futur » dédiée à la mobilité**
- **La part de marché de TME a atteint un record de 7,3% en 2022, soit une hausse de 0,9 point en glissement annuel, tandis que la marque Toyota a conservé la deuxième place des ventes de véhicules en Europe**

Lors du dernier événement annuel « Kenshiki » de Toyota Motor Europe (TME), plusieurs dirigeants de l'entreprise aux niveaux européen et mondial ont présenté ses dernières avancées, exposant ainsi sa vision et sa stratégie sur le plan technologique tout en dévoilant ses nouveaux produits et services. Cet événement, qui s'est tenu la semaine passée en présence de plus de 250 journalistes, a été dédié à la question de la neutralité carbone et à la transformation actuelle du constructeur automobile en entreprise de mobilité.

La neutralité carbone totale d'ici 2040

Toyota Motor Europe a annoncé s'engager à atteindre la neutralité carbone totale en Europe d'ici 2040.

S'inscrivant dans la droite ligne de l'objectif fixé l'année passée de supprimer d'ici 2035 les émissions de CO₂ de tous les véhicules neufs vendus dans l'Union européenne, au Royaume-Uni et au sein de l'AELE, **Matt Harrison, Président et CEO de Toyota Motor Europe**, a décrit l'orientation de TME en ces termes : « Nous avons globalement deux priorités. La première est la neutralité carbone et la façon dont nous projetons de l'atteindre dans les différentes composantes de notre activité. La deuxième est l'avenir de la mobilité dans le contexte actuel de notre transformation d'entreprise de production et de vente en fournisseur de services. »

Marvin Cooke, Executive Vice-président Manufacturing de Toyota Motor Europe, a quant à lui présenté plus en détail l'objectif de l'entreprise consistant à rendre tous ses sites de production européens neutres en carbone d'ici 2030. L'approche de l'entreprise dans ce domaine comporte plusieurs facettes, à savoir la minimisation de la consommation d'énergie dans la mesure du possible, le passage à une énergie verte et la mise en œuvre de nombreuses innovations Kaizen permettant de réduire, voire de supprimer, le CO₂.

TOYOTA FRANCE

20, boulevard de la République
92423 Vaucresson Cedex, France
Tél. : +33 1 47 10 81 00
Fax : +33 1 47 10 81 81

« Dans notre usine de moteurs de Deeside, au Royaume-Uni, nous avons installé des panneaux solaires représentant une superficie équivalente à celle de 10 terrains de football, et nous recyclons plus de 90% des déchets afin de produire de l'énergie verte. Nous pensons ainsi atteindre la neutralité carbone dès 2025. L'objectif fixé pour 2040 représente un défi bien plus important pour les activités qui ne sont pas sous le contrôle direct de TME, telles que la logistique et l'approvisionnement en amont. Nous relèverons ce défi grâce à une étroite collaboration avec nos partenaires et nos fournisseurs. »

« Le pouvoir de la diversité » - ou les éléments scientifiques qui sous-tendent la stratégie multi-technologies de Toyota

Gill Pratt, Directeur scientifique de Toyota Motor Corporation et CEO du Toyota Research Institute, a apporté des éclaircissements pratiques sur l'aspect scientifique de l'approche globale de Toyota en matière de décarbonation, laquelle fait appel à diverses technologies d'électrification afin de maximiser la réduction du carbone grâce à un emploi optimisé des ressources rares. La stratégie multi-technologies de Toyota tire parti des avantages complémentaires des véhicules à batterie et de ceux fonctionnant à l'hydrogène, et ce, afin d'obtenir une mobilité zéro émission. Étant donné la pénurie actuelle et les coûts élevés des matériaux servant à la fabrication des batteries, ainsi que le manque d'infrastructures, il est préférable de combiner véhicules électriques à batterie, véhicules hybrides et véhicules hybrides rechargeables pour réduire les émissions de CO₂ au cours des 10-15 années à venir : « Nous devons faire ce qui est le mieux pour l'environnement, à savoir maximiser la réduction de carbone offerte par chaque élément de batterie produit, en remplaçant autant de véhicules non électrifiés que possible par des véhicules électrifiés, et ce, avec un principe très simple à l'esprit : c'est au carbone qu'il faut s'attaquer, et non à une motorisation en particulier », a déclaré **Gill Pratt**.

La stratégie globale de Toyota consiste précisément à répondre aux divers besoins de ses clients européens grâce à une gamme diversifiée comprenant à la fois des véhicules électriques à batterie, des véhicules à pile à combustible, des véhicules hybrides et des véhicules hybrides rechargeables, comme l'a expliqué **Kylie Jimenez, Vice-présidente Senior Ressources Humaines, Technologie et Affaires Publiques de Toyota Motor Europe**. « C'est ce que nous appelons le « pouvoir de la diversité » car il est rare qu'une seule et même solution convienne à tous, a fortiori si l'on tient compte des différents besoins des clients et niveaux d'infrastructures disponibles. »

La large gamme électrifiée de TME comme vecteur de croissance

TME table sur la vente d'environ 1,1 million de véhicules en 2022, ce qui représenterait une hausse en glissement annuel très faible et néanmoins importante sur un marché européen accusant un recul de 12%. La part de marché de l'entreprise atteindrait par ailleurs un nouveau record de 7,3%, soit un gain de 0,9 point par rapport à l'année passée.

Cette dynamique est portée par la force produit de la gamme électrifiée très diversifiée de TME, qui représente environ 66% du total des ventes en Europe.

Woven Planet : « Mobility to Love, Safety to Live »

Lors de sa première présentation aux médias européens, James Kuffner a expliqué le rôle exclusif de Woven Planet dans la mutation de Toyota en entreprise de mobilité, ainsi que sa mission « Mobility To Love, Safety To Live* ». ».

TOYOTA FRANCE

20, boulevard de la République
92423 Vaucresson Cedex, France
Tél. : +33 1 47 10 81 00
Fax : +33 1 47 10 81 81

« Nous créons pour Toyota de nouveaux outils et plateformes logiciels, des processus et un changement culturel en faveur du développement défini par logiciel. Il en résultera une amélioration de la productivité grâce à des logiciels permettant d'adapter et de réutiliser un même code pour des centaines de modèles Toyota et Lexus », a expliqué **James Kuffner, CEO de Woven Planet Holdings et Chief Digital Officer de TMC.**

La vision de Woven Planet englobe trois types de mobilité – la mobilité des individus, la mobilité des biens et la mobilité des informations, ce qui définit ses priorités :

1. **Arene** (« Software First ») – la création d'une nouvelle technologie de mobilité constitue l'essence même des produits et services de mobilité de Toyota, avec la conception d'une architecture logicielle s'effectuant en amont du développement de la composante matérielle. La plateforme logicielle « Arene » de Woven Planet servira d'appui à la mise en œuvre de l'architecture définie par logiciel (Software Defined Architecture ou SDA) de Toyota.
2. **Les systèmes d'aide à la conduite (ADAS)**, à la base de la technologie **Toyota Teammate et Lexus Teammate « Advanced Drive »**. Dans la droite ligne de son approche « Gardien » des systèmes ADAS, Toyota poursuit le développement de divers systèmes de sécurité évoluée et de conduite automatisée.
3. **Woven City** – James Kuffner a fait part de nouvelles informations sur le rôle de Woven City, actuellement en cours de construction près du Mont Fuji, au Japon. Une fois achevée, Woven City est appelée à devenir un site d'expérimentation unique visant à accélérer l'innovation et à préfigurer la future mobilité mondiale à son échelle. Ce laboratoire vivant stimulera le développement de technologies de mobilité, de l'agriculture intelligente, des énergies propres et d'un mode de vie sain, tout cela grâce à des logiciels intégrant les notions de sécurité et de confidentialité dès leur conception.

Les « ateliers » Kenshiki : zoom sur les nouveautés

La séance plénière a été suivie de quatre ateliers – une immersion profonde dans les nouveaux produits et technologies :

- Le nouveau SUV électrique à batterie [Lexus RZ450e](#) et le nouveau Lexus RX (hybride et hybride rechargeable)
- Le [bZ Compact SUV Concept](#), l'un des 6 BEV de la gamme bZ qui reposeront sur la plateforme e-TNGA et seront disponibles en Europe
- [C-HR Prologue: The Bold Becomes Bolder](#) – première européenne du nouveau Toyota C-HR Prologue donnant un aperçu du style du C-HR de nouvelle génération
- La toute nouvelle [Prius Hybride Rechargeable](#)
- Woven Planet, la ville du futur dédiée à la mobilité

* La mobilité pour aimer, la sécurité pour vivre

<http://media.toyota.fr>

Mathieu Cusin
Chef du Département Communication
Corporate et Business Planning
01 47 10 81 10
mathieu.cusin@toyota-europe.com

Coralie Pinault
Responsable Communication
Corporate
01 47 10 81 70
coralie.pinault@toyota-europe.com

Clémentine Pinon
Assistante chef de projet
Communication Corporate
01 47 10 86 38
clementine.pinon@toyota-europe.com